

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени В.И. УЛЬЯНОВА-ЛЕНИНА

КУРСОВАЯ РАБОТА
МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ (ПОДГОТОВКЕ) И ЗАЩИТЕ
ДЛЯ СТУДЕНТОВ
ОТДЕЛЕНИЙ / ФАКУЛЬТЕТОВ
ЖУРНАЛИСТИКИ

Казанский государственный университет
2009

УДК 070 (075)
ББК 76.01Я73
К 93

*Печатается по решению Учебно-методической комиссии
факультета журналистики и социологии
Казанского государственного университета*

Научный редактор –
канд. филол. наук **М.В. Симкачева**

Составители:
докт. филос. наук, проф. **С.К. Шайхитдинова;**
канд. филол. наук, доц. **Д.В.Туманов;**
канд. филол. наук **Р.П.Баканов;**
канд. филол. наук **М.В.Симкачева.**

Рецензенты:
докт. пед. наук, доц. **Ю.В. Андреева;**
канд. ист. наук **А.А. Лебедев.**

Курсовая работа: методическое пособие по выполнению (подготовке) и защите для студентов отделений / факультетов журналистики / науч. ред. М.В. Симкачева. – Казань: Казан. гос. ун-т, 2009. – 64 с.

ISBN 978-5-98180-675-9

В методическом пособии даны рекомендации по написанию курсовых работ, правила оформления, примерные темы по направлениям и специализациям, а также разработанные преподавателями критерии оценки.

Адресовано студентам отделений и факультетов журналистики, руководителям УИРС.

УДК 070 (075)
ББК 76.01Я73

ISBN 978-5-98180-675-9

**© Казанский государственный
университет, 2009**

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ¹

Виды курсовых работ

1. Курсовая работа по специальности – самостоятельное научное исследование по направлению, специальности (специализации), выполняемое студентом в соответствии с учебным планом под руководством преподавателя кафедры (факультета) и служащее углубленному познанию избранной специальности. Курсовая работа по специальности является одной из форм отчетности студента по итогам обучения за соответствующий (курс) семестр. Научность исследования выражается в решении им некоторой познавательной проблемы, соотношении теоретических положений с фактами, систематичности изложения, оперировании современной специальной терминологией и т.д.

Курсовых работ по специальности не может быть более двух для дневного отделения и трех для вечернего и заочного отделений за весь период обучения. Темы курсовых работ по специальности разрабатываются и утверждаются выпускающими кафедрами КГУ. Защита курсовых работ по специальности проводится на кафедре.

2. Курсовая работа по дисциплине учебного плана – самостоятельная учебно-методическая работа студента, выполняемая под руководством преподавателя по общенаучным и специальным предметам учебного плана. Имеет целью развитие у студентов навыков самостоятельной творческой работы, овладение методами современных научных исследований, углубленное изучение какого-либо вопроса, темы, раздела учебной дисциплины (включая изучение литературы и источников).

Курсовые работы по дисциплинам выполняются, если это предусмотрено учебным планом.

Руководителем курсовой работы по дисциплине является, как правило, преподаватель, ведущий данную дисциплину или практические занятия, или иной преподаватель кафедры.

¹ См.: Положение о курсовой работе, утвержденное ректором Казанского университета М.Х. Салаховым от 11.06.2004г. №41;

Типовое положение об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении) Российской Федерации (утв. Пост. Правительства РФ от 5.04.2001г. №264, с изм. От 17.09.2001г., 3.10.2002г., 23.12.2002г.).

Сроки выбора темы и регистрации курсовой работы и ее сдачи на кафедру

Кафедра ежегодно разрабатывает примерный список тем курсовых работ по специальности (направлению) отдельно для каждого курса с указанием предполагаемых научных руководителей по каждой теме. При разработке тематики курсовых работ кафедры должны учитывать теоретическое и практическое значение включаемых в нее проблем, по возможности предусматривать написание студентами работ по научным проблемам или вопросам.

Тематика курсовых работ по специальности (направлению) доводится до сведения студентов до 15 октября текущего учебного года, а тематика курсовых работ по дисциплине в течение 2 недель с начала семестра.

Студентам предоставляется право свободного выбора темы из предложенного списка курсовых работ. Изменение темы курсовой работы по специальности (направлению) допускается по согласованию с научным руководителем и заведующим кафедрой. Выбор темы курсовой работы по специальности (направлению) на текущий учебный год осуществляется студентами до 30 октября.

Темы курсовых работ по специальности (направлению) и научные руководители утверждаются на заседании кафедры до 15 ноября.

Выполнение курсовой работы студентом

Студентам дневного отделения рекомендуется выбирать тему курсовой работы исходя из того, в какой области практической деятельности они планируют работать в дальнейшем. Студентам заочного отделения целесообразно выбирать тему непосредственно связанную с их практической деятельностью по специальности.

Подбор литературы по теме курсовой работы осуществляется студентом самостоятельно. Научный руководитель лишь помогает ему определить основные направления работы, указывает наиболее важные научные источники, которые следует использовать при ее написании, разъясняет, где их можно отыскать. При подборе литературы рекомендуется использовать фонды научных библиотек, электронных каталогов и сети Интернет.

План выполнения курсовой работы составляется студентом самостоятельно и согласовывается с научным руководителем. Содержание курсовой работы должно соответствовать ее теме и плану.

Курсовая работа должна включать следующие разделы:

- *Титульный лист.* Оформляется по образцу, приведенному в приложении.
- *Содержание.* Включает порядок расположения отдельных частей курсовой работы с указанием страниц, на которых соответствующий раздел начинается.
- *Введение.* В нем автор обосновывает научную актуальность, практическую значимость, новизну темы, а также указывает цель и задачи проводимого исследования.
- *Основная часть.* Структура и состав основной части может меняться в зависимости от специфики и направления выполняемой работы. Структура основной части устанавливается научными руководителями и кафедрами самостоятельно.
- *Заключение (или выводы).* В заключении подводится итог проведенному исследованию, формулируются предложения и выводы автора, вытекающие из всей работы.
- *Список литературы.* В список литературы включаются только те работы, на которые сделаны ссылки в тексте курсовой работы. Список оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1-2003.
- *Приложения.* Приводятся используемые в работе документы, таблицы, графики, схемы и др. (аналитические табличные и графические материалы могут быть приведены также в основной части).

Порядок защиты курсовой работы

Курсовая работа по специальности (направлению) допускается к защите при условии законченного оформления, положительного отзыва научного руководителя и наличия рецензии.

При защите курсовой работы по специальности студенту предоставляется время для выступления, в котором студент докладывает об основных результатах курсовой работы. После выступления студент отвечает на вопросы комиссии, оглашаются письменные отзывы руководителя и рецензента, студент отвечает на имеющиеся в них вопросы и замечания.

Оценка по курсовой работе по специальности (направлению) объявляется после защиты и выставляется в ведомости и зачетной книжке.

В случае получения неудовлетворительной оценки по итогам защиты курсовой работы по специальности (направлению) студент должен представить исправленную работу в установленный комиссией срок, но не позднее начала экзаменационной сессии.

В случае неудовлетворительной оценки за курсовую работу по дисциплине студент должен представить исправленную работу в установленный преподавателем срок.

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К КУРСОВОЙ РАБОТЕ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ЖУРНАЛИСТИКА»

Учебно-исследовательская работа студента, включенная в учебный процесс в различных формах, должна помочь будущему профессионалу эффективно и компетентно привлекать к осмыслению «текущего времени» новейшие достижения теоретической мысли.

Среди актуальных проблем современности сегодня можно выделить, в первую очередь, умение адекватно оценить собственное творчество. Поэтому в тематике исследований специалисты называют:

- информационное общество и средства массовой информации;
- новые коммуникационные технологии и журналистика, СМИ и Интернет;
- экономика и менеджмент СМИ;
- рекламные технологии в информационном обществе;
- проблемы региональной журналистики;
- тенденции развития печатных и электронных СМИ;
- жанры, язык и стиль современных СМИ;
- медиаобразование и журналистика;
- проблемы права массовой информации;
- инновационные методы в журналистском образовании;
- проблемы саморегулирования СМИ в России и за рубежом;
- журналистика и регионалистика: история региональной прессы;

- творческое наследие ведущих публицистов в контексте российской журналистики XX века;
- печать русского зарубежья: периодизация развития;
- методология изучения современной зарубежной прессы;
- политическая журналистика: обозрение, комментарий и электоральный прогноз;
- деловая журналистика, экономический анализ и обзоры рынков;
- журналистика постмодерна: управление контентом, веб-дизайн, интерактив и гипертекстуальность;
- просветительская журналистика и популяризация науки: методы работы научных обозревателей;
- спортивная журналистика: история, теория и практика;
- правовые и этические аспекты деятельности журналиста.

Студентам, имеющим солидный опыт работы в СМИ, по сути дела практикующим журналистам, предоставляется возможность вести исследования всех выше перечисленных проблем на основе образцов самостоятельного творчества, с опорой на собственные публикации.

По жанровой шкале творческие работы должны соответствовать высокому уровню журналистского мастерства: ведение постоянной рубрики в газете или журнале, подборка статей аналитического характера, цикл актуальных репортажей и т.п. В курсовой работе на разных этапах своего обучения студент одновременно показывает умение теоретически осмысливать свои творческие достижения и практические навыки реализации теоретических познаний.

Курсовые работы, в таком случае, опираются на анализ собственного творчества и являются формой саморефлексии студента в рамках изучаемого курса.

Умелое сочетание творческого таланта и теоретического осмысления профессиональных навыков в курсовой работе является высочайшим достижением студента и особо поощряется преподавателями отделения журналистики.

Любое научное исследование имеет известную общепринятую структуру, в которой выделяются: введение; основная часть, состоящая из разделов, частей, глав, параграфов; заключение, приложения, список литературы. В свою очередь, каждый из этих элементов пишется по своим, принятым в научной среде правилам, некой общей матрице, легко считываемой любым другим исследователем (для

всех гуманитарных наук характерна единая система научно-категориального оформления исследования).

Очень важно, поэтому, владеть научным аппаратом, иметь представление о последовательности, взаимодействии различных составляющих элементов в работе, прежде всего – во введении и заключении, содержащих основные характеристики, положения и выводы по вашей работе.

В структуре введения выделяются следующие основные элементы: актуальность исследования, его цель, задачи, объект и предмет исследования, гипотезы, степень изученности, новизна, методология, заявленная структура всей работы, практическая значимость.

Актуальность исследования – самая объёмная часть введения, от нескольких абзацев до нескольких страниц. Может обосновываться актуальность проблемы для общества в целом. Затем – актуальность исследования данной проблемы именно с позиций конкретной науки (в нашем случае: теории и истории журналистики). Также работа может быть актуальной собственно для науки-журналистики, если изучаются некоторые чрезвычайно малоисследованные, но важные для развития науки темы. В таком случае, возрастают теоретическая и практическая значимость работы.

Цель работы. На уровне курсовых и дипломных работ обычно формулируется лишь одна основная цель, отражённая и в заголовке вашей работы. Связь заголовка с целью – одна из ключевых при формулировке цели.

Научные работы нацелены на приобретение некоего нового знания о предмете. В этой связи, целями не могут быть исследовательские операции (ошибочны формулировки начинающиеся со слов «проанализировать», «исследовать», если они не подкрепляются дополняющим – «с целью»). Действительно, анализируют предметы, явления тоже с некоторой целью, значит анализ – не есть сам по себе конечная цель, если речь, конечно, не идёт об учебных курсовых по дисциплинам, связанным с обучением методике анализа.

Правильно формулировку цели начинать со слов: «определить», «охарактеризовать», «выявить», «найти», «сформировать/создать» или близких по значению синонимов.

Цель не должна подменяться *гипотезой*. Поэтому неверно и ненаучно начинать формулировку цели со слов «доказать». Вы не знаете заранее, докажете или нет. При такой цели резонно упрекнуть вас в фальсификации результатов, подогнанных под нужную вам гипотезу.

Памятуя, что цель связана с названием, старайтесь при выборе темы вынести в заголовок некий проблемный аспект, легко переводящийся в цель, в одной из предложенных выше формулировок.

Объект исследования – ограниченная конкретными рамками сущность, либо некое явление, совокупность однородных элементов, процесс/функционирование и др., содержащие в себе предмет вашего исследования. Связь объекта и предмета легко запоминаются по формуле: «исследуем такой-то объект на предмет чего-то». Всегда в объекте содержится предмет, а не наоборот.

Предмет исследования совпадает с названием работы и содержится в цели сразу после сказуемого («выявить... что?», «определить... что?», «сформировать... что?»).

Предмет и объект исследования должны соответствовать общему предмету науки-журналистики.

Задачи – исследовательские операции, которые вам необходимо выполнить для достижения поставленной в работе цели. Таким образом, они также связаны с целью, и чаще всего – со структурой работы.

На первом месте в списке задач стоят теоретические, осмысляющие либо обобщающие, выявляющие типологические характеристики некоего явления, раскрывающие тенденцию в журналистике. Задачи, соответствующие теоретической главе в курсовой либо дипломной работе.

Затем следуют *задачи практические*. Формулировка начинается со слов «проанализировать», «исследовать с позиций» и др. Часто уже здесь заявляются некоторые из использованных вами методов. Эта группа задач направлена на объект вашего исследования. Какие операции я должен провести над объектом для вычленения и раскрытия свойств предмета.

Третья группа задач – осмысляющая полученные результаты, задача по сбору, сопоставлению, систематизации данных, анализу полученных результатов, соотнесению с гипотезами, и формулировке научного заключения по цели.

Степень изученности показывает ваше знакомство с историей вопроса, здесь перечисляются основные труды ученых и специалистов, ближайшие по тематике к вашей работе, выясняются предметы этих исследований.

Исходя из степени изученности – формулируется *новизна работы*: что-то исследовалось до вас, но «– этот аспект», либо «– в этом ключе» научных изысканий до вас не проводилось.

Источниковая база исследования – конкретизация вашего объекта до конкретных изданных любым способом периодических и непериодических СМК, с чёткой хронологией выхода, перечислением конкретных номеров (если речь о периодически выходящих или обновляющихся масс-медиа). Пример: Объект исследования – публицистика Д. Писарева 1860-х годов; Источники: Д.И. Писарев Полное собрание сочинений, издательство «Наука», 1997-2002.

Теоретико-методологическая база. Здесь перечисляются виды теоретического знания, давшие обоснование методам, используемым в вашей работе, а также собственно методология. Показывается обоснованность применения именно этих методов, по отношению к задачам исследования.

Структура работы. Здесь перечисляются основные части работы, начиная с введения, заканчивая списком литературы. На уровне курсовых работ достаточно использование системы: «Глава – Параграф – Пункт». В дипломных работах иногда допускаются варианты: «Часть – Глава - Параграф».

В случае использования терминов, имеющих разное толкование в междисциплинарном исследовательском поле – вводят дополнительный пункт во введение: «категории исследования», где проясняются значения терминов, избранные именно вами для настоящей работы, подтверждённые научными справочниками или словарями.

Практическая значимость исследования предполагает возможность использования результатов работы в практической, педагогической, научной деятельности журналистов.

Заключение к работе строится следующим образом. В преамбуле подтверждается важность избранной темы, даётся обоснование избранному вами научному подходу. Перечисляются предварительные гипотезы.

Следом идут *выводы по задачам*, формулировку которых можно начинать с деепричастных конструкций: «проанализировав..., мы пришли к следующему выводу (достигли таких результатов)».

Затем делается конкретный вывод по цели, выделяется гипотеза, нашедшая своё подтверждение в ходе вашей работы. Намечаются перспективы продолжения исследования.

МЕТОДОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

В течение года, начиная с первого курса, студенты отделения журналистики пишут курсовые работы, логичным завершением которых является защита дипломных проектов. Выбирая тему курсовой работы, студенту следует прежде всего подумать, насколько она лично его волнует, какие его персональные жизненные и культурные смыслы она актуализирует. Невозможно плодотворно заниматься исследованием того, что не имеет к тебе непосредственного отношения. Таков принцип любой науки, тем более науки гуманитарной.

Однако следует осознавать, что научно-творческий процесс осуществляется в соответствии со сложившимися в науке правилами. Так, например, предмет изучения исследователя должен рассматриваться в его развитии, с выделением соответствующих этапов и стадий. И тогда в совокупности с раскрытием механизма функционирования изучаемого явления автор создает не только статичное, но и динамичное его изображение, в котором наряду с методом описания используется и метод анализа, предполагающий выявление причин и факторов, обусловивших процесс существования рассматриваемого объекта. Таким образом, в любом научном исследовании, и учебно-исследовательская работа не является исключением, задействуются разные методы организации исторического материала: индивидуализация и генерализация, описание и объяснение. В своей совокупности они позволяют создавать максимально многомерный образ прошлого, настоящего и будущего.

Естественно, что требования, предъявляемые к курсовой работе, несколько ниже, чем к собственно научному исследованию. Ведь в рамках курсовой работы студент при помощи своего научного руководителя только овладевает «ремеслом» ученого. И оценивается, прежде всего, процесс продвижения по этому пути.

Однако курсовая работа носит, безусловно, исследовательский характер, и в этом состоит ее принципиальное отличие от реферата. Поэтому, уже на начальном этапе от студента требуется творческий подход к изучаемому материалу, умение увидеть в нем проблему, обосновать ее, наметить пути ее решения. Критерии, по которым оценивается курсовая работа, включают в себя и уровень анализа привлекаемых источников, и умение критически пользоваться научной литературой, и способность в своем изложении выделять главное, а

не «тонуть» в море подробностей, особенно если они выполняют лишь роль «наполнителей» текста.

Исследовательские работы призваны выявить у студентов накопленные знания и умения анализировать отдельные тексты, проводить сопоставительный анализ материалов и изданий, излагать имеющуюся по предмету изучения информацию в определенной жанровой форме. Подготовка студентов к выполнению курсовой работы включает самостоятельный поиск темы, который ориентирует на изучение современной научной литературы, на анализ конкретных периодических изданий, произведений отдельных публицистов. В ходе исследования допускается получение информации по определенным темам с помощью Интернета, однако, как и любой другой источник, веб-страница должна быть внесена в библиографию работы.

Время, которое отводится для написания курсовой работы, необходимо распределять равномерно по обоим семестрам. В противном случае текст неизбежно будет носить сырой, невыверенный и недостаточно фундированный характер. С этой целью научный руководитель определяет дополнительные конкретные сроки и формы промежуточной отчетности, а также точный срок подачи окончательного варианта текста курсовой работы. Лучше всего закончить работу над курсовой заранее, задолго до сроков защиты, которые, как правило, варьируются с середины апреля до середины мая.

От правильного выбора темы исследования, от верного подбора источников и литературы, от использования всей совокупности исторических методов и принципов, равно как и от выполнения требований, предъявляемых к оформлению, зависит успех курсового проекта. Неоценимую помощь в соблюдении всех вышеперечисленных условий могут оказать каждому студенту консультации его научного руководителя.

ОФОРМЛЕНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Текстовая часть

При выполнении курсовой работы студент должен соблюдать ряд условий, касающихся порядка ее оформления.

Работа открывается введением, в котором определяется актуальность выбранной темы, определяются объект, предмет, цель и задачи исследования, его пространственно-временные рамки, обосновывает-

ся структура, дается краткая характеристика использованных источников и научной литературы.

Напомним, что объектом исследования служит то, что взято за основу изучения, предметом – тот, аспект объекта, который студент анализирует в своей работе.

Цель у работы может быть только одна, она всегда совпадает с наименованием работы, а вот задач – ровно столько, сколько требуется для достижения этой цели.

Задачи структурно определяют курсовую работу: количество глав, каждая из которых решает поставленные задачи.

Характеристика использованных источников и научной литературы должна соответствовать теме исследования. Список научной литературы, как и обзор исследований во введении, должен опираться на работы не более чем пятилетней давности. Исключением могут быть не переиздававшиеся труды основоположников данного научного направления.

Все части исследования должны служить оптимальному раскрытию темы. Каждый из подразделов (глав, параграфов) посвящен решению одной задачи и носит название, соответствующее этой задаче.

Завершается работа заключением. В нем резюмируются выводы, к которым пришел автор.

В конце работы помещаются список использованных источников и научной литературы и приложения, включающие необходимые таблицы, карты, схемы и др. При оформлении библиографического списка, равно как и ссылок на него в основном тексте, в обязательном порядке соблюдаются требования действующего ГОСТа.

Титульный лист курсовой работы, также соответствующий всем требованиям действующего ГОСТа, подписывается автором исследования, подтверждающим завершенность труда, и научным руководителем, подтверждающим возможность публичной защиты курсового исследования.

Распечатка текста осуществляется на одной стороне бумажного листа формата А4 (210х297 мм). Рекомендуются компьютерный набор.

Левое поле страницы для набора текста – 35 мм, правое – 15 мм, верхнее – 25 мм, нижнее – 20 мм. Нумерация страниц проставляется сверху по центру, начиная с титульного листа, но на самом титуле номер страницы не проставляется. Текст печатается кеглем 14 п. через полтора интервала гарнитурой шрифта Times New Roman. На од-

ной странице должно быть напечатано не более 30 строк, при этом каждая из строк должна содержать по 56-60 знаков вместе с междусловными интервалами, запятыми, точками и другими знаками препинания. Абзац равен одному сантиметру.

При соблюдении этих условий на одной странице должно умещаться максимум 1800 знаков. 32 листа подобного стандартного набора – это один печатный лист (п.л.) – единица измерения, применяемая в издательском деле.

Объем курсовой работы должен составлять около 1 п.л. Не следует занижать объем даже творческой работы, но и не рекомендуется завышать стандартный объем работы. Научная работа должна быть обстоятельной, ясной, четкой и компактной. Приложения не входят в общий объем работы.

Каждая часть работы – введение, главы, заключение, список использованных источников и литературы, а также приложения – начинается с новой страницы. Новый параграф внутри главы может начинаться на той же странице, на которой завершается предыдущий. Заголовки печатаются прописными буквами с отступом от верхнего края страницы размером в четыре сантиметра.

Текст нигде не выделяется полужирным шрифтом или подчеркиванием. Если необходимо выделить какую-то мысль, лучше сделать это выделение курсивом.

Оформление библиографических ссылок (ГОСТ Р 7.05-2008)

Статьи из журналов и сборников

Адорно Т. В. К логике социальных наук // Вопр. философии. – 1992. – № 10. – С. 76 – 86.

Корнилов В.И. Турбулентный пограничный слой на теле вращения при периодическом вдуве/отсосе // Теплофизика и аэромеханика. – 2006. – Т. 13, №. 3. – С. 369 – 385.

Статья с двумя авторами

Crawford, P. J. The reference librarian and the business professor: a strategic alliance that works / P. J. Crawford, T. P. Barrett // Ref. Libr. - 1997. – Vol. 3, № 58. – P. 75 – 85.

Заголовок записи в ссылке может содержать имена одного, двух или трех авторов документа. Имена авторов, указанные в заголовке, могут не повторяться в сведениях об ответственности.

Crawford P. J., Barrett T. P. The reference librarian and the business professor: a strategic alliance that works // Ref. Libr. 1997. Vol. 3. № 58. P. 75 – 85.

Из газеты

Антонова С. Урок на траве: Заметки из летнего лагеря скаутов // Известия. – 1990. – 3 сент.

Горн Р. Скауты вышли из подполья // Учит. газ. – 1991. – №38. – С. 9.

Статья из продолжающегося издания

Колесова В.П. К вопросу о реформе власти / В.П. Колесова, О.Ю. Шуткина // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2001. – Вып. 5. – С. 47 – 50.

Монографии

Книга с одним автором

Балабанов И.Т. Валютные операции. – М.: Финансы и статистика, 1993. – 144 с.

Допускается предписанный знак точку и тире, разделяющий области библиографического описания, заменять точкой.

Балабанов И.Т. Валютные операции. М.: Финансы и статистика, 1993. – 144 с.

Книга с двумя авторами

Корнелиус, Х. Выиграть может каждый: Как разрешать конфликты / Х. Корнелиус, З. Фэйр; пер. П.Е. Патрушева. – М.: Стрингер, 1992. – 116 с.

Книга с тремя авторами

Киселев, В.В. Анализ научного потенциала / В.В. Киселев, Т.Е. Кузнецова, З.З. Кузнецов. – М.: Наука, 1991. – 126 с.

Книга с пятью авторами и более

Теория зарубежной судебной медицины: учеб. Пособие / В.Н. Алисиевич [и др.]. – М.: Изд-во МГУ, 1990. – 40 с.

Сборник

Малый бизнес: перспективы развития: сб. ст. / под ред. В.С. Ажаева. – М.: ИНИОН, 1991. – 147 с.

Из собрания сочинения

Герцен. А.И. Тиранство сибирского Муравьева // Собр. соч.: в 30 т. – М., 1998. – Т. 14. – С. 315 – 316.

Глава или раздел из книги

Костиков В. Не будем проклинать изгнание // Пути русской эмиграции. – М.: [Б.и.], 1990. – Ч. 1, гл. 3. – С. 59 – 86.

Муравьев, А.В. Культура Руси IX – первой половины XII в. / А.В. Муравьев, А.М. Сахаров // Очерки истории русской культуры IX–XVII вв.: кн. для учителя. – М.: Изд-во МГУ, 1984. – Гл. 1. – С. 7 –74.

Из словаря

Художник к кино // Энциклопедический словарь нового зрителя. – М.: Искусство, 1999. – С. 377 – 381.

Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. –5-е изд., перераб. и доп. – М.:ИНФРА-М, 2006. – 494 с.

Автореферат диссертации

Глухов В.А. Исследование, разработка и построение системы электронной доставки документов в библиотеке: Автореф. дис. канд. техн. наук. – Новосибирск, 2000. –18 с.

Диссертация

Фенухин В. И. Этнополитические конфликты в современной России: на примере Северо-Кавказского региона: дис. ... канд. полит. наук. – М., 2002. – С. 54 – 55.

Аналитические обзоры

Экономика и политика России и государств ближнего зарубежья: аналит. обзор, апр. 2007 / Рос. акад. наук, Ин-т мировой экономики и междунар. отношений. – М.: ИМЭМО, 2007. – 39 с.

Патенты

Патент РФ № 2000130511/28, 04.12.2000.

Еськов Д.Н., Бонштедт Б.Э., Корешев С.Н., Лебедева Г.И., Серегин А.Г. Оптико-электронный аппарат // Патент России № 2122745. 1998. Бюл. № 33.

Материалы конференций

Археология: история и перспективы: сб. ст. Первой межрегион. конф., Ярославль, 2003. – 350 с.

Марьинских Д.М. Разработка ландшафтного плана как необходимое условие устойчивого развития города (на примере Тюмени) // Экология ландшафта и планирование землепользования: тезисы докл. Всерос. конф. (Иркутск, 11-12 сент. 2000 г.). – Новосибирск, 2000. – С. 125 – 128.

Официальные документы

Конституция (Основной закон) Российской Федерации. – М.: Маркетинг, 2001. – 39 с.

Интернет-документы

Официальные периодические издания: электронный путеводитель / Рос. нац. б-ка, Центр правовой информации. [СПб.], 2005–2007. URL: <http://www.nlr.ru/lawcenter/izd/index.html> (дата обращения: 18.01.2007).

Логинова Л. Г. Сущность результата дополнительного образования детей // Образование: исследовано в мире: междунар. науч. пед. интернет-журн. 21.10.03. URL: <http://www.oim.ru/reader.asp?nomer=366> (дата обращения: 17.04.07).

Рынок тренингов Новосибирска: своя игра [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nsk.adme.ru/news/2006/07/03/2121.html> (дата обращения: 17.10.08).

Литчфорд Е. У. С Белой Армией по Сибири [Электронный ресурс] // Восточный фронт Армии Генерала А. В. Колчака: сайт. – URL: <http://east-front.narod.ru/memo/latchford.htm> (дата обращения 23.08.2007)

Аудиоиздания

Гладков, Г. А. Как львенок и черепаха пели песню и другие сказки про Африку [Звукозапись] / Геннадий Гладков; исп.: Г. Вичин, В. Ливанов, О. Анофриев [и др.]. – М.: Экстрафон, 2002. – 1 мк.

Видеоиздания

От заката до рассвета [Видеозапись] / реж. Роберт Родригес; в ролях: К. Тарантино, Х. Кейтель, Дж. Клуни; Paramount Films. – М.: Премьер-видеофильм, 2002. – 1 вк. – Фильм вышел на экраны в 1999 г.

ПРОЦЕДУРА ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Студент часто забывает о требованиях к публичной защите научных работ. Доклад по исследованию должен быть рассчитан на 7-10 минут. Он должен состоять из введения, основной части и заключения. Во введении раскрывается научная и практическая значимость представленной темы, степень ее изученности, цели и задачи, которые ставит перед собой автор сообщения. В основной части доклада автор последовательно раскрывает этапы решения поставленных задачи, опираясь на выявленный фактический материал и теоретические разработки исследователей. В заключение необходимо сделать выводы, которые должны строго соответствовать содержанию работы, опираться на фактический материал, собранный автором.

Доклад желательно показать своему научному руководителю за несколько дней до процедуры публичной защиты.

Допуск курсовой работы к публичной защите осуществляется научным руководителем, который заверяет титульный лист своей подписью и выдает письменный отзыв, характеризующий студента как исследователя.

Научный руководитель указывает соответствие содержания курсовой работы выданному заданию, степень самостоятельности студента в решении поставленных вопросов, умение обобщать исследовательский материал и принимать самостоятельные решения.

Студент, допущенный к публичной защите, обязан явиться на комиссию в строго назначенный день. Отклонения от графика защиты без уважительных на то причин чреваты снижением оценки.

До начала процедуры публичной защиты подписанная курсовая работа и отзыв научного руководителя представляются в комиссию, которая и определяет порядок выступлений защищающихся в этот день.

Зачетные книжки также должны быть предъявлены комиссии перед началом процедуры публичной защиты.

После предоставления ему слова, студент обязан четко, ясно объявить тему своего исследования и огласить доклад, а затем ответить на вопросы комиссии и присутствующих на защите.

Когда процедура защиты завершена, список выступающих исчерпан полностью, комиссия, после кратковременного совещания, оглашает оценки.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ*

<i>№</i>	<i>Критерий оценки</i>	<i>I курс</i>	<i>II курс</i>	<i>III курс</i>	<i>IV курс</i>
1.	Обоснование актуальности и новизны выбранной темы	6	8	10	12
2.	Структура работы (соответствие темы, цели, задач, объекта, предмета, раскрытие проблемы, аргументированность выводов, степень раскрытия цели исследования)	8	8	10	12
3.	Умение работать с научной литературой (полнота научного обзора, грамотность цитирования, выбор и обоснование методологии исследования)	6	8	10	12
4.	Степень самостоятельности, оригинальность исследования	14	12	10	8
5.	Концептуальная целостность исследования	6	8	10	12
6.	Наличие и степень разработанности эмпирической базы исследования	14	12	10	8
7.	Культура оформления текста (соответствие ГОСТу оформления, стилистика изложения, вычитка работы)	14	14	10	10
8.	Выступление на защите (соблюдение регламента, способности отстаивать свою позицию, умение реагировать на критику)	14	12	10	6
9.	Эрудированность автора в рассматриваемой области (владение материалом, терминологией, знакомство с современным состоянием проблемы)	6	8	10	12
10.	Работоспособность, прилежание, усердие студента (по характеристике научного руководителя)	12	10	10	8

*В таблице указываются максимально высокие баллы, которые могут заработать студенты определенного курса, с учетом степени профессиональной подготовки.

РЕГЛАМЕНТ

оценки **курсовой работы** студентов I курса дневного отделения
по специальности 030601.65 – Журналистика¹

Форма контроля: дифференцированный зачет

Сроки защиты: апрель-май текущего учебного года

1. Текущая работа в семестрах – 50

Вид работы	Срок	Максимальное количество баллов
1. Выбор темы (степень самостоятельности и срок исполнения)	15 октября текущего учебного года	5 баллов
2. Планирование курсовой работы, подбор и изучение литературы и источников (степень самостоятельности и срок исполнения)	Декабрь текущего учебного года	30 баллов
3. Регулярность отчетов по выполнению курсовой работы (консультации с преподавателем)	Декабрь текущего учебного года Февраль текущего учебного года Март текущего учебного года Апрель текущего учебного года	10 баллов
4. Соблюдение срока сдачи курсовой работы научному руководителю, обозначенного в распоряжении деканата	15 апреля текущего учебного года	5 баллов

¹ Регламент утвержден на заседании Учебно-методической комиссии факультета журналистики и социологии 31 марта 2009 года, протокол №8.

2. Премияльные баллы- 10

Вид работы	Максимальное количество баллов
1. Доклады на научных конференциях по тематике курсовой работы (КГУ, межвузовских, республиканских, всероссийских, международных)	5 баллов
2. Использование ИКТ в подготовке и организации курсовой работы по инициативе студента	5 баллов

3. Итоговая аттестация – защита курсовой работы – 40

Критерии оценки	Максимальное количество баллов
Соответствие содержания курсовой работы ее теме и плану с обоснованием актуальности, новизны темы, наличия и степени разработанности эмпирической базы	10 баллов
Уровень самостоятельности студента при выполнении курсовой работы, оригинальность исследования	5 баллов
Степень решения познавательной задачи в процессе подготовки курсовой работы: умение работать с научной литературой, концептуальная целостность исследования	10 баллов
Уровень культуры оформления курсовой работы: наличие основных разделов, правильность оформления титула, содержания, соответствие списка литературы содержанию работы и оформление литературы в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5-2008	5 баллов
Выступление на защите, эрудированность автора в рассматриваемой области	10 баллов

Итоговая оценка курсовой работы:

Виды аттестации	Максимальное количество баллов
Текущая аттестация	50 баллов
Премияльные баллы	10 баллов
Итоговая аттестация (защита)	40 баллов
Итого:	100 баллов

График защиты курсовой работы и состав комиссий разрабатывается по кафедрам и утверждается деканатом. Защиты курсовых работ по специальности проходят в сроки – 20 апреля по 30 апреля текущего учебного года.

Дополнительные сроки защиты определяются деканатом.

РЕГЛАМЕНТ

оценки курсовой работы студентов II курса дневного отделения
по дисциплине

«Основы творческой деятельности журналиста»
по специальности 030601.65 – Журналистика¹

1. Критерии оценок

Текущая аттестация:

Вид работы	Срок	Максимальное количество баллов - 50
Выбор темы (степень самостоятельности и срок исполнения)	Конец сентября (30.09)	10 баллов
Планирование курсовой работы (срок исполнения)	6-я неделя семестра	10 баллов
Подбор и изучение литературы и источников (степень самостоятельности и срок исполнения)	8-я неделя семестра	20 баллов
Регулярность отчетов по выполнению курсовой работы	4,8,12, 16 недели семестра	5 баллов
Соблюдение срока сдачи курсовой работы научному руководителю, обозначенного в распоряжении деканата	16 неделя семестра	5 баллов

¹ Регламент утвержден на заседании Учебно-методической комиссии факультета журналистики и социологии 10 октября 2008 года, протокол №5.

Премияльные баллы:

Вид работы	Максимальное количество баллов
Инициативность и высокая степень самостоятельности в планировании и разработке темы	5 баллов
Использование ИКТ в подготовке и организации консультаций по курсовой работе по инициативе студента	5 баллов

2. Итоговая аттестация курсовой работы

Критерии оценки	Максимальное количество баллов - 40
Соответствие содержания курсовой работы ее теме и плану	10 баллов
Уровень самостоятельности студента при выполнении курсовой работы	10 баллов
Степень решения познавательной задачи в процессе подготовки курсовой работы	10 баллов
Уровень оформления курсовой работы: наличие основных разделов; правильность оформления титула, содержания; соответствие списка литературы содержанию работы и оформление в связи с требованиями ГОСТ Р 7.05 – 2008	10 баллов

3. Итоговая зачетная оценка курсовой работы:

Виды аттестации	Максимальное количество баллов
Текущая аттестация	50 баллов
Премияльные баллы	10 баллов
Итоговая аттестация	40 баллов
Итого:	100 баллов

КРИТЕРИИ ПЕРЕВОДА БАЛЛОВ В ОЦЕНКУ

<i>Количество баллов</i>	<i>Оценка</i>
0 - 50	«Неудовлетворительно»
51 - 60	«Посредственно»
61 - 70	«Удовлетворительно»
71 - 80	«Хорошо»
81 - 90	«Очень хорошо»
91 - 100	«Отлично»

ЛИТЕРАТУРА

Базовый учебник

Прохоров Е.П. Исследуя журналистику. Теоретические основы, методология, методика, техника работы исследователя СМИ. – М.: РИП-Холдинг, 2005.

Основная литература

Курсовая работа по журналистике: методические указания для студентов / Е.С.Дорощук, Л.М.Пивоварова [и др.]; под ред. Т.А.Спирчаговой. – Казань, Набережные Челны, 2001. – 26 с.

Курсовая работа по специализациям в области электронных СМИ: Процесс подготовки, оформление, защита: методическое пособие / под ред. Е.С.Дорощук. – Казань, 2004. – 32 с.

Лебедев А.А. Методика научного исследования студента: программа спецкурса и материалы к семинарам. – Казань: Изд-во Казанск. гос. ун-та, 2005. – 48 с.

Научно-исследовательская работа студентов: учебно-методическое пособие / Д.В. Туманов [и др.]; под ред. Д.В. Туманова. – Казань: Изд-во Казанск. гос. ун-та, 2007. – 100 с.

Рекомендации по оформлению диссертаций, дипломных и курсовых работ [Текст] / Сост. В.С. Голодаева. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1999. – 22 с.

Дополнительная литература

Бут У.К. Исследование. Шестнадцать уроков для начинающих авторов. – М., 2004.

Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой информации. – М., 2001.

Фомичева И.Д. Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию. – М, 2004.

Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. Методология анализа и практика исследования. – М., 2003.

Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М., 2003.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Образец титульного листа курсовой работы

Министерство образования и науки Российской Федерации
КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. В.И.Ульянова-Ленина

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ И СОЦИОЛОГИИ

КАФЕДРА

(журналистики; теории и практики электронных СМИ)

Специальность: 030601.65 Журналистика
Специализация: Периодическая печать;
Паблик рилейшнз;
Телевидение;
Новые информационные технологии в СМИ.

КУРСОВАЯ РАБОТА
ТЕМА

Студент ____ курса
группа _____

" __ " _____ 20__ года _____ (И.О. Фамилия)

Научный руководитель

Ученая степень, ученое звание,
должность

" __ " _____ 20__ года _____ (И.О. Фамилия)

Казань – год

Отзыв научного руководителя на курсовую работу по специальности

Отзыв научного руководителя на курсовую работу по специальности составляется в произвольной форме с обязательным освещением следующих основных вопросов:

1. Соответствие содержания работы заданию на выполнение курсовой работы, актуальность темы.

2. Полнота, глубина и обоснованность решения поставленных вопросов.

3. Степень самостоятельности исполнителя курсовой работы в решении поставленных вопросов, его инициативность, умение обобщать другие работы и делать соответствующие выводы. Умение принимать самостоятельные решения, использовать в работе современные достижения науки и техники.

4. Способность к проведению экспериментов, умение делать выводы из проведенных экспериментов (если они предусмотрены заданием).

5. Степень усвоения, способность и умение использовать знания по общеобразовательным дисциплинам в самостоятельной работе, грамотность изложения материала и качество графических приложений.

6. Другие вопросы по усмотрению руководителя.

7. Недостатки курсовой работы.

8. Возможности и место практического использования курсовой работы или ее отдельных частей (на производстве, НИР и учебном процессе).

9. Предлагаемая оценка курсовой работы.

Рецензия на курсовую работу по специальности

Рецензия на курсовую работу по специальности составляется в произвольной форме с обязательным освещением следующих основных вопросов:

1. Соответствие содержания работы поставленным целям и задачам, актуальность темы.

2. Полнота, глубина и обоснованность решения поставленных вопросов.

3. Умение исполнителя курсовой работы обобщать другие работы и делать соответствующие выводы.

4. Умение делать выводы из проведенных экспериментов (если они предусмотрены заданием).

5. Степень усвоения, способность и умение использовать знания по общеобразовательным дисциплинам в самостоятельной работе, грамотность изложения материала и качество графических приложений.

6. Другие вопросы по усмотрению рецензента.

7. Недостатки курсовой работы.

8. Возможности и место практического использования курсовой работы или ее отдельных частей (на производстве, НИР и учебном процессе).

9. Предлагаемая оценка курсовой работы.

Примерный список тем по направлениям и специализациям

Специфика журналистской деятельности Современные тенденции в журналистике

1. Типы журналиста-профессионала (печатного издания, телевидения, радио). (Региональный аспект).
2. Типологические характеристики журналиста-профессионала печатного издания.
3. Профессиональные особенности личности журналиста.
4. Профессиональная культура журналиста.
5. Понимание профессионализма в журналистике.
6. Профессия: журналист (компоненты профессиональной деятельности).
7. Талант и призвание: их значение в журналистике.
8. Портрет профессии (Наблюдения практиканта).
9. Творческий портрет журналиста (творческая индивидуальность журналиста). (конкретный человек, конкретное издание/редакция).
10. Журналистское образование: востребованность специалистов на рынке СМИ.
11. Рыночная модель журналистской деятельности.
12. Творчество и технологизм в современной журналистике.
13. Процессы глобализации и их влияние на журналистику.
14. Тенденции развития региональной журналистики (на примере районных изданий).
15. Специфические черты региональной журналистики (на примере изданий на русском и татарском языках).
16. Инфографика в региональных изданиях.
17. Особенности Интернет-версий региональных печатных изданий.
18. Технология взаимодействия СМИ и пресс-служб.

Система средств массовой информации

1. Типология средств массовой информации в период общественной трансформации.
2. Экологическая журналистика в системе средств массовой информации.

3. Военная печать в системе средств массовой информации.
4. Молодежная пресса в системе средств массовой информации.
5. Общественно-политические издания в системе средств массовой информации.
6. Учет целевой аудитории в создании концепций печатных средств массовой информации.
7. Средство массовой информации как тип издания (на примере конкретного печатного издания).
8. Журнальная периодика современной России.
9. Глобализация как процесс в мировой журналистике: типологический и структурный анализ.
10. Журналистика в системе социальных институтов.
11. Журналистика как система функций.
12. Свобода журналистики как базовая основа функционирования СМИ.
13. Журналистика как система СМИ.
14. Традиционные и новые СМИ: типологические особенности.
15. Особенности функционирования печати, телевидения, радиовещания в условиях информационного рынка.
16. Инфраструктура средств массовой информации.
17. Типология органов информации и основные типологические группы современной российской прессы.
18. Структура и типологические особенности сетевых СМИ.
19. Новые формы организации информационных предприятий.
20. Основные тенденции развития российской медиасистемы 1990-2000-х годов.
21. Типологические изменения печати в условиях рыночной экономики.
22. Средства массовой информации в системе рыночных отношений.
23. Типология региональных печатных изданий.
23. Тиражная политика издания: структурные компоненты формирования.
24. Влияние новых технологий подачи материалов на изменение типологических характеристик.
25. Средства массовой информации и массовая культура: анализ структурно-типологических изменений.
26. Средства массовой информации в пространстве постмодернизма.

Профессиональная этика журналиста. Медиаэтика.

1. Профессиональные стандарты журналистской деятельности: мировой и российский опыт.
2. Журналистика и ее «правила игры».
3. Моральные и правовые аспекты профессиональной культуры журналиста.
4. Миссия профессии: журналисты о своей деятельности и о себе.
5. Социальная ответственность журналиста: теория и практика.
6. Моральные и профессиональные ценности: Конфликт? Единство?
7. Взаимодействие профессионально-этического сознания и творческого поведения журналиста.
8. Долг журналиста в понимании работников региональной прессы.
9. Нравственная позиция журналиста и ее выражение в профессиональной деятельности.
10. Объективные основы возникновения профессиональной этики журналиста и основные тенденции в ее развитии.
11. Профессиональное достоинство – как его понимают современные журналисты.
12. Основные тенденции в развитии профессиональной журналистской этики мирового сообщества работников СМИ.
13. Этические нормы информационной деятельности и правовая среда.
14. Кодексы профессиональной этики: опыт анализа.
15. Профессионально-этические нормы, регламентирующие различные аспекты поведения журналиста в процессе работы:
 - журналист - аудитория;
 - журналист - источник информации;
 - журналист - герои журналистских материалов;
 - журналист - коллеги;
 - журналист - власть.
16. «Язык вражды» в средствах массовой информации современной России.
17. Чрезвычайная ситуация на страницах газет: сенсация или социальная проблема?
18. «Натурализм» на страницах газет.
19. Мистика в средствах массовой информации.

20. Частная жизнь: опыт российских СМИ.
21. Имел ли автор право на версию?
22. Журналист в конфликтной ситуации.
23. Профессионально-этическая экспертиза «языка вражды» в СМИ.
24. Этика межэтнических, межконфессиональных отношений в публичном пространстве.
25. Вред и польза журналистских разборок.
26. Этика расследовательской журналистики.
27. Слухи как предмет профессионально-этической оценки журналиста.
28. Драматургия события и профессиональная этика журналиста.
29. Пресса и власть: конфронтация или сотрудничество? (Профессионально-этический и правовой аспекты).
30. Работа журналиста в экстремальной ситуации: этический аспект.
31. Герои публикаций – дети и подростки (этический аспект).
32. Методы сбора информации (этический аспект).
33. Репортерская этика.
34. «Не могли бы Вы рассказать...» Профессиональная этика интервьюера.
35. Нормы профессиональной этики, регулирующие содержание массовой информации: теория и практика.
36. Этика фоторепортера.
37. Насилие, порнография и нравственный выбор средств массовой информации.
38. Специфика профессионально-этического регулирования деятельности журналиста на телевидении и на радио.
39. Формат ток-шоу: нравственный аспект.
40. Реалити-шоу: нравственный аспект.
41. Реклама как предмет этической оценки.
42. Медиаэтика участников глобальной сети.
43. Интернет: проблема этического и правового регулирования.
44. Медиаэтика в мобильной телефонии.
45. Медиаэтика и профессиональная этика журналиста: грани взаимодействия.
46. Информационные технологии и «ситуация человека».

47. Конкуренция – неизбежная тенденция в профессиональной журналистике или профессионально-этическая проблема (например, добросовестная и недобросовестная конкуренция).

48. Нравственные требования в профессиональной журналистской среде.

49. Профессионально-нравственные требования в коллективе редакции.

50. Препятствия в работе журналистов.

51. Ценностные ориентиры журналистов и реальная практика.

52. Ответственность журналиста – основной компонент профессиональной деятельности.

Язык и стиль массовой коммуникации

1. Интерпретация и аксиология в медиа-творчестве: коммуникативные технологии формирования социальных стереотипов (пресса, радио, телевидение).

2. Интерпретация как основа коммуникативной стратегии СМИ (пресса, радио, телевидение).

3. Способы и средства интерпретации в основе конкретных коммуникативных тактик СМИ (пресса, радио, телевидение).

4. Коммуникативные технологии рационального и эмоционального воздействия СМИ (пресса, радио, телевидение).

5. Коммуникативные технологии убеждения СМИ (пресса, радио, телевидение).

6. Специализированные тактические средства в медиа-творчестве (пресса, радио, телевидение).

7. Манипулятивные коммуникативные технологии в рекламе и PR.

8. Манипулятивные коммуникативные технологии СМИ (деятельность спин-доктора).

9. Манипулятивные коммуникативные технологии пресс-службы.

10. Манипулятивные коммуникативные технологии в политическом дискурсе.

История журналистики

1. Личный дифирамб как прием сатирической журналистики XVIII века.

2. Функция эпистолярного жанра в журналах второй половины XVIII века (на примере творческого наследия Н.Новикова, Д.Фонвизина, И.Крылова).

3. Социально-политическая проблематика «Писем русского путешественника» Н. Карамзина.

4. Просветительская публицистика Н. Новикова.

5. Журналист второй половины XVIII века (опыт исторического анализа).

6. Профессиональный и гражданский кодексы журналиста по статьям М. Ломоносова и А. Радищева.

7. «Русская правда» в системе политической публицистики декабристов.

8. «Библиотека для чтения» О. Сенковского как представитель «торгового направления» в журналистике 1830-х годов.

9. Фельетонный характер статей А. Пушкина против Ф. Булгарина и Н. Греча.

10. Противостояние массовой и качественной журналистики в XIX веке («Современник» А. Пушкина и «Северная пчела» Ф. Булгарина).

11. Сходство во взглядах на печать в статьях В. Белинского «Ничто о ничем...» и Н. Гоголя «О движении журнальной литературы в 1835—1836 гг.».

12. Язык и стиль физиологических очерков Ф. Булгарина.

2.

1. Тема нравственности в публицистике Л. Толстого 1880-х годов.

2. Жанровое своеобразие сатирической журналистики 1860-х годов на примере журнала «Искра».

3. Передовая статья в творчестве М. Каткова.

4. Информационная газета начала XX века: типологические характеристики (на примере газеты «Русское слово»).

5. Польский вопрос в отечественной журналистике 1860-х годов.

6. Бытовой очерк в публицистике России 1870-х годов.

7. И.С. Аксаков – публицист и редактор. Эволюция русского славянофильства.

8. «Современник» и «Русское слово» – демократические издания 1860-х годов (сравнительно-сопоставительный анализ).

9. Николай I и российская цензура 1830-1840-х годов.

10. Философические письма П. Чаадаева и их место в журналистике 1830-1840-х годов.
11. Издательская деятельность А. Суворина.
12. Провинциальная журналистика в России в 1870-е годы.
13. Становление национальных журналистских журналов в российской империи.

3.

1. Герцен – основатель Вольной русской прессы.
2. Герцен – публицист.
3. Огарев: Социально-экономические обзоры в «Колоколе».
4. «Колокол» как тип издания (обзор 13 номеров).
5. «Правда ли?» – Рубрика сатирических миниатюр в «Колоколе».
6. «Под суд!» – газета журналистских расследований.
7. «Полярная звезда» как тип издания.
8. Передовые статьи «Колокола» и «Полярной звезды» как конструктор номеров издания.
9. Памфлеты и фельетоны в «Колоколе».
10. Бакунин – публицист «Колокола» (1857 – 1868 гг.).
11. Лев Мечников – публицист «Колокола» (1857 – 1868 гг.).
12. Лавров – издатель, редактор, публицист.
13. «Русский Колокол» (1927 – 1930 гг.) как тип издания.
14. Современный «Колокол» (2002 – 2004 гг.): наставление, инструкция, ведущие публицисты.
15. Лже-«Колокол» (подметный сайт) Б. Березовского.

4.

1. От «РОСТА» до «ИТАР-ТАСС»: история создания и развития агентства.
2. Политические процессы 1920-1930-х годов в кривом зеркале отечественной прессы.
3. Казань – родина «громковещания». Хроника проводного радиовещания в печати ТАССР.
4. Проблемы периодизации отечественной журналистики XX века: приглашение к дискуссии.
5. Особенности функционирования многопартийной прессы в условиях двоевластия (анализ ситуации 1917 года).
6. Многопартийная пресса Казани после Февральской революции 1917 года.

7. Октябрь и пресса Казанской губернии.
8. Становление многонациональной печати в Татарии (1917-1920 годы).
9. Уездная печать Казанской губернии 1917-1920 годов: опыт создания системы печати.
10. Становление и развитие однопартийной советской журналистики.
11. НЭП и журналистика: кризис печати.
12. Формы массовой работы печати в годы первых пятилеток.
13. Политические процесс 1920-1930-х годов в отражении партийно-советской печати
14. Система печати в годы Великой Отечественной войны.
15. Особенности писательской публицистики в годы Великой Отечественной войны.
16. Журналистика в условиях тоталитарного режима и культа личности Сталина.
17. От демократического обновления общества до длительного застоя (опыт анализа СМИ 1960-1970-х годов).
18. Перестройка и СМИ: анализ работы печати 1980-1990-х годов.
19. Пресса современной России.

5.

1. Периодизация развития российской журналистики XX века.
2. Становление советской журналистики: события, проблемы и упущенные возможности. Создание системы советской печати в первый год пролетарской диктатуры.
3. Первые советские декреты о печати. Решение в них проблемы свободы печати.
4. Максим Горький (1867-1936 гг.) – автор «Несвоевременных мыслей».
5. Советская печать в период Гражданской войны и ее роль в превращении страны в единый военный лагерь. Темы и формы пропаганды (1918-1920).
6. Журналистка «белой» России и становление печати русского зарубежья («первой волны» эмиграции).
7. Советская журналистика в период нэпа (1921-1926 гг.). Укрепление партийного руководства печатью, становление цензуры.

8. Сменовеховская журналистика за рубежом и в Советской России (1921-1924).
9. Политическая публицистика в СССР. Анализ выступлений в печати публициста (по выбору).
10. Журналистика эпохи становления административно-командной системы (1928-1939 гг.).
11. Советская публицистика 1930-х годов – периода индустриализации и коллективизации. Образ нового человека и новой страны.
12. Тенденции русской эмигрантской печати в середине 1930-х годов: тематика, политически позиции и направления прессы. Основные органы печати этих направлений, тенденции их развития.
13. Советская журналистика в период Второй мировой войны (1939-1945 гг.).
14. Организационная и идеологическая перестройка работы СМИ СССР в период Великой Отечественной войны.
15. Военная печать и публицистика в годы испытаний. Военкоры и их произведения.
16. Советская публицистика в период Великой Отечественной войны (1941-1945). Творчество публициста (по выбору).
17. Печать русского зарубежья в годы Второй мировой войны. Основные политические направления, их издания.
18. Журналистика послевоенного десятилетия (1946-1955 гг.): общая характеристика.
19. Трагическое раздвоение крестьянской публицистики в творчестве В.Овечкина (1904-1968). Проблематика «Районных будней».
20. Тенденции развития СМИ русского зарубежья в первый период «холодной войны» (1946-1952). Издания эмиграции «второй волны».
21. Противоречия развития зрелой советской журналистики. Подъем «идейной» публицистики (А. Аграновский, В. Песков, А. Солженицын).
22. «Черное» и «белое» в советской журналистике периода «оттепели» (1956-1964 гг.).
23. XX съезд КПСС и средства массовой информации СССР.
24. Система СМИ СССР в период застоя 1965-1984 гг.: тенденции, проблемы, решения.
25. Публицистика русского зарубежья (краткий обзор и анализ творчества одного из публицистов).

26. Развитие СМИ СССР в период перестройки (1985-1991 гг.).
Периодизация работы СМИ в условиях гласности.

27. Современное состояние и тенденции развития СМИ России после 1991 года.

28. Российская публицистика 1990-х годов: темы, жанры, политические позиции.

29. Особенности правовой базы советской журналистики.

30. История и типология СМИ Татарстана: модернизированная советская система или свобода слова с местной спецификой?

6.

1. Журнал «Казань» – летописец культурной жизни Татарстана.

2. Проблемы охраны памятников истории, культуры и архитектуры в прессе Татарстана.

3. 1000-летие Казани в зеркале республиканской прессы.

4. Пресса России о 1000-летию Казани.

5. 200-летие Казанского университета в СМИ Татарстана.

6. Проблемы взаимодействия изданий на русском и татарском языках (исторический аспект).

7. Формы взаимодействия СМИ Татарстана.

8. Информационное агентство «Татар-Информ»: опыт и проблемы.

9. Независимые издания Татарстана: стратегия выживания.

10. Федеральная просветительская газета «Татарский мир» о проблемах татарского единства (2003 год).

7.

Отечественные публицисты и журналисты (краткий список):

18 век: М. Ломоносов, Н. Новиков, Екатерина II, И. Крылов, Д. Фонвизин, И. Пнин. А. Радищев.

19 век: Н.Карамзин, А.Шишков, П.Пезаровиус, Н.Греч, Ф.Булгарин, А.Куницын, А.Бестужев, В.Кюхельбекер, Н.Полевой, А.Пушкин, В.Белинский, П.Чаадаев, А.Герцен, Н.Чернышевский, Д.Писарев, Н.Добролюбов, Г.Успенский, М.Салтыков-Щедрин, М.Катков, К. Леонтьев, И.Аксаков, В.Гиляровский, П.Победоносцев, Н.Шелгунов. П.Ткачев, Н.Михайловский, П.Лавров, Н.Данилевский, В.Короленко, Л.Толстой, А.Чехов, В.Соловьев, П.Победоносцев, Ф.Достоевский.

20 век: П. Струве, Н. Бердяев, Ю. Мартов, В. Ленин, Л. Троцкий,

И. Сталин, Н. Бухарин, Л. Рейснер, К. Радек, Г. Плеханов, М. Горький, Л. Андреев, А. Блок, В. Брюсов, В. Стасов, А. Аверченко, А. Амфитеатров, П. Струве, Н. Тэффи, И. Бунин, Л. Суражевский, В. Максимов, С. Довлатов, В. Дорошевич, А. Суворин, В. Маяковский, М. Кольцов, Ю. Стеклов, Т. Тесс, М. Шагинян, Ф. Раскольников, В. Овечкин, А. Толстой, И. Эренбург, К. Симонов, Л. Леонов, А. Аграновский, Я. Голованов, В. Песков, Е. Примаков, А. Яковлев.

8.

Отечественные издания (краткий список):

18 век: «Ведомости», «Трутень», «Почта духов».

19 век: «Телескоп», «Московский телеграф», «Московский наблюдатель», «Отечественные записки», «Современник», «Сын Отечества», «Северная пчела», «День», «Дело». «Русское слово» (журнал), «Русь», «Русская беседа», «Искра» (журнал), «Неделя», «Московские ведомости», «Северный вестник», «Русское богатство», «Колокол», «Полярная звезда», «Вперед», «Новое время», «Волжский вестник», «Казанские губернские ведомости».

20 век: «Искра» (газета), «Русское слово» (газета), «Весы», «Вехи» (сборник), «Из глубины» (сборник), «Правда», «Известия», «Беднота», «Красная звезда», «Новый мир», «Огонек», «Юность», «Изпод глыб» (сборник), «Казанский телеграф», «Камско-Волжская речь», «Казанская Рабочая Газета», «Казанское слово», «Литературная газета», «Общая газета», «Советская Татария», «Вечерняя Казань».

9.

1. Возникновение и особенности ораторского искусства в Древней Греции.

2. Демократическое устройство афинского полиса и ораторское искусство. Политические ораторы в Афинах.

3. Античный оратор и особенности его мастерства.

4. Жизнь и социально-политические взгляды Исократа.

5. Жизнь Демосфена и его ораторское искусство.

6. Государственное устройство Древнего Рима и место в нем ораторского искусства.

7. Противоречия между политическими партиями в связи с развитием ораторского искусства.

8. Жизнь и творчество Цицерона.

9. Цицерон и Демосфен: сходства и различия в биографиях и ораторском искусстве.
10. Жизнь и политическая карьера Цезаря. Характеристика задач и стиля Цезаря-публициста.
11. Римская газета «Acta Diurna».
12. Древнегреческое, древнеримское и раннехристианское красноречие: сходства и различия.
13. Устная и письменная публицистика средневековья. Церковная проповедь как публицистический жанр.
14. Формы рекламной деятельности в античности и в Средние века.
15. Изобретение книгопечатания и идеологическая борьба в Европе в XV-XVI веках.
16. Протестантская и гуманистическая публицистика. Полемика М. Лютера и Эразма Роттердамского.
17. Место предшественников периодических изданий в экономической и политической жизни Европы XVI века.
18. Рукописные формы журналистики. Методы сбора информации. Способы тиражирования и распространения рукописной периодики.
19. Возникновение книгопечатания и его развитие после И. Гуттенберга.
20. Английская памфлетная публицистика XVII века.
21. Дж. Мильтон о цензуре и цензорах.
22. Религиозная публицистика во Франции в XVII веке (на примере Вольтера, Монтескье, Дидро).
23. Историческая специфика понятия «свобода слова» в XVII веке.
24. Политика кардинала Ришелье в области печати. Деятельность Теофраста Ренодо.
25. Цели и функции просветительской журналистики. Характеристика «персонального журнализма».
26. Журналистская деятельность Д. Дефо и Д. Свифта.
27. Просветительская журналистика во Франции (Германии, Англии).
28. Просветительская журналистика в Америке. Общественная и журналистская деятельность Б. Франклина.
29. Т. Пейн – революционер, журналист и мыслитель.

30. Публицистика Т. Джефферсона, А. Гамильтона и Д. Мэдиссона и их политические взгляды.
31. Французская журналистика во время революции 1789-1794 гг.
32. Революционная журналистика М. Робеспьера, Ж.-П. Марата и Г. Бабефа.
33. Первая управляемая система печати при Наполеоне и ее особенности.
34. Французская периодическая печать в 20-40-е гг. XIX века. Э. де Жирарден – реформатор французской журналистики.
35. Политическая жизнь Германии и немецкая журналистика 1-й пол. XIX века.
36. Феномен «дешевой прессы» в Америке и Европе.
37. Журналистская деятельность Д. Беннета, Б. Дэя и Х. Грили.
38. Английская журналистика 2-й пол. XIX – нач. XX в. Характеристика «качественных» и «массовых» английских газет.
39. Политическая жизнь Франции и французская журналистика во 2-й пол. XIX – нач. XX в.
40. О. Бисмарк и печать.
41. Основные тенденции развития американской журналистики в конце XIX – нач. XX в. Деятельность Ч. Даны, Д. Пулицера и У. Херста.
42. Журналистика макрейкеров. Творческая деятельность И. Тарбелл и Л. Стефенсона.
43. Рождение радио и развитие радиовещания в Америке.
44. Рождение и развитие телевидения.
45. Развитие документального кино.
46. Журналистика Германии накануне и в годы фашистской диктатуры.
47. Приемы и методы нацистской пропаганды.
48. СМИ Германии второй половины XX века.
49. Особенности развития периодической печати ФРГ.
50. Общественно-правовое и частное телерадиовещание ФРГ.
51. СМИ США второй половины XX века.
52. Периодическая печать США XX в.
53. Телевидение США. Ведущие американские телерадиокорпорации. Спутниковый канал Си-Эн-Эн.
54. СМИ Великобритании второй половины XX века.

55. Периодическая печать Великобритании XX в. Характеристика «качественных» и «массовых» английских газет.
56. Особенности развития аудиовизуальных СМИ Великобритании.
57. Общественное телевидение в Великобритании. Би-би-си и принципы его деятельности.
58. СМИ Франции второй половины XX века.
59. Периодическая печать Франции XX в.
60. Аудиовизуальные СМИ Франции.
61. Современное телевидение западно-европейских стран.
62. Журналистика стран Центральной и Восточной Европы в второй половине XX в.
63. СМИ развивающихся стран второй половины XX века.
64. СМИ Азии, Африки и Латинской Америки во второй половине XX века.
65. СМИ КНР, Японии, Индии во второй половине XX века.
66. СМИ Аргентины, Бразилии, Мексики во второй половине XX века.
67. Системы средств массовой информации в развитых странах: сравнительный анализ.
68. Рождение радио и периодизация развития радиовещания. Радиовещание в США.
69. Международное радиовещание: этапы, проблемы, тенденции. Иновещание.
70. Развитие радиовещания в европейских странах. Радио и пропаганда.
71. Рождение и периодизация развития телевидения.
72. Основные модели телерадиовещания.
73. Зарубежные информационные агентства: история и современность.
74. Современные зарубежные теории средств массовой информации.
75. Экономика зарубежных СМИ. Собственники крупнейших СМИ.
76. Новые информационные технологии и СМИ зарубежных стран. Интернет и интернетизация зарубежных СМИ.
77. Крупнейшие зарубежные публицисты XX в. (Э. Ионеско, Мартин Лютер Кинг и др.).

78. Средства массовой информации в условиях перехода к информационному обществу.

79. Средства массовой информации и основные институты демократического общества.

80. Возникновение транснациональных корпораций средств массовой информации.

81. Средства массовой информации в условиях глобализации рыночной экономики.

82. Формирование «общественной журналистики».

83. Современные СМИ одной из стран мира.

84. Постмодернизм как образ мыслей и культурная форма.

85. Массовая коммуникация и гиперреальность.

86. Средства массовой информации в эпоху постмодерна.

87. Роль коммуникационных процессов в развитии «эры информационной революции».

Социология средств массовой коммуникации.

Социальная журналистика

1. Средства массовой информации в социальном пространстве современной России.

2. Учредитель, издатель, журналистский коллектив: особенности институциональных отношений и практика взаимодействия.

3. Государственное издание в условиях рынка.

4. Коммерческое издание в условиях рынка.

5. Массовая журналистика и ее аудитория.

6. Массовая и качественная пресса: определение понятий.

7. Социологическое мышление журналиста.

8. Социологические методы сбора и анализа информации в арсенале журналиста.

9. Наблюдение как метод сбора информации.

10. Экспериментальный метод в социологии и журналистике.

11. Социологическая публицистика.

12. Социология в работе редакции.

13. Опрос как метод сбора информации.

14. Социологические знания в организации редакционной кампании.

15. Формы представления социологической информации в СМИ.

16. Предметные области социологии и практическая журналистика: грани взаимодействия (рассмотреть уже имеющийся опыт или составить практические рекомендации по тому, как использовать журналисту, специализирующемуся по определенной тематике, знания из области социологии личности, социологии политики, социологии возрастных групп, социологии культуры и досуга и т.д.).

17. Массовая информация и массовая коммуникация.

18. Деятельность СМИ как информационный процесс.

19. Социальные функции СМИ (на примере конкретных источников информации)

20. СМИ и общественное мнение

21. Эмпирическое социологическое исследование в журналистике: опыт программирования.

22. Информационный рынок и методы его изучения.

23. Материалы СМИ как социологический документ: к опыту контент-анализа.

24. Аудитория СМИ (конкретного источника) и содержание журналистских материалов: опыт контент-аналитического исследования.

25. Методы и виды социологического исследования аудитории СМИ: теория и практика.

26. Социологическое исследование учредителей.

27. Социологическое исследование журналистов.

28. Реклама как катализатор трансформации социальности человека.

29. Конструирование социальных проблем (указать конкретно) в средствах массовой коммуникации.

30. Типы публичных арен в региональных СМИ.

31. Политические стереотипы в текстах массовой информации.

32. Социальные стереотипы в текстах массовой информации.

33. Возрастные стереотипы в текстах массовой информации.

34. Этнические стереотипы в текстах массовой информации.

35. Поло-ролевые стереотипы в текстах массовой информации.

2.

1. Региональная пресса: новости с «человеческим» лицом.

2. Возвращение очерковых форм на страницы региональных газет.

3. Социальная журналистика на страницах казанских изданий.

4. Освещение социальных тем на казанском телевидении.

5. Муниципальные казанские газеты: рубрики «Социальные новости».
6. Освещение социальной сферы на страницах казанских газет (на примере газеты «Молодежь Татарстана» и «Татарстан яшлэре»).
7. Социальная журналистика: «угол зрения» татарстанских электронных изданий.
8. Социальный статус ВИЧ-инфицированных на страницах региональных газет.
9. Проблема СПИДа и ВИЧ-инфицированных в татарстанской прессе.
10. Проблема трудных подростков или сиротство с «живыми» родителями (на примере публикаций из городских газет).
11. Взаимоотношения с читательской аудиторией (письма, интерактив) на страницах «Вечерней Казани» (или издания по выбору).
12. Портрет журналиста, пишущего на социальные темы.
13. Социальный портрет Казани в прессе.
14. Актуальные темы социальной журналистики (на примере татарстанского издания).
15. Деятельность женских общественных объединений в Татарстане (по материалам татарстанских газет).
16. Освещение проблемы бедности в прессе Татарстана.
17. Социальные права граждан в отражении российских печатных СМИ.
18. Социальная ситуация в стране и проблемы, поднимаемые в прессе.
19. Социальная журналистика в электронных и печатных СМИ: специфика подачи, жанровое своеобразие.
20. Социальные проблемы в прессе глазами журналистов.
21. Специализированные издания социальной направленности.
22. Право на равную оплату за равный труд, на безопасность труда и справедливое вознаграждение на страницах татарстанской и российской прессы.
23. Безработица и трудоустройство – социальная проблема нынешнего столетия на страницах российских газет.
24. Право на жилище, ипотеку и кредитования молодым семьям на страницах татарстанских изданий.
25. Поддержание здоровья и тема здравоохранения на страницах местной и российской прессы.
26. Сетевые СМИ и социальная проблематика.

27. Сетевые СМИ и особенности подачи социальной информации.

28. Место журналистики в социальных проблемах общества. Анализ существующей практики.

3.

1. Ресоциализация журналиста в условиях профессиональной деятельности (анализ творчества конкретного публициста).

2. Журналист в условиях конфликта между личным и общественным (анализ творчества конкретного публициста).

3. Религиозно-социальные процессы: публицистическое отражение (на примере материалов конкретного издания).

4. Проблема соотношения биологического и социального в человеке как стержневая проблема в духовной публицистике (анализ творчества конкретного публициста или материалов конкретного издания).

5. Средства массовой информации как посредник в аккультурации религии (на примере материалов конкретного издания).

6. Роль духовной публицистики в идеологической жизни общества (анализ творчества конкретного публициста или материалов конкретного издания).

7. Жанры и тематика русской духовной публицистики (на примере произведений конкретного временного периода).

8. Казанская христианская русскоязычная периодика: типологический аспект (на примере материалов конкретного издания).

9. Специфические особенности духовной публицистики (сопоставительный анализ на примере материалов конкретного издания).

10. Роль публициста в становлении духовной культуры и общественных отношений в российском обществе (анализ творчества конкретного публициста).

11. Роль современной журналистики в возрождении духовной культуры как системы ценностей и памятных знаков (анализ творчества конкретного публициста или материалов конкретного издания).

12. Образ Казанской Богородицы в зеркале республиканской прессы.

13. Роль республиканских СМИ в формировании модели толерантности.

14. Традиционные конфессии в СМИ Татарстана (опыт контент-анализа).

Экономика средств массовой информации
Деловая журналистика

1. Формирование бренда печатного СМИ (на примере газеты «Парк здоровья»).
2. Потребительский рынок печатных СМИ: анализ, проблемы, тенденции и перспективы развития (на примере газет и журналов РТ).
3. Организация продаж печатных СМИ (на примере конкретного издания).
4. Создание нового печатного продукта (на примере конкретного издания).
5. Мерчандайзинг печатных СМИ.
6. Жанры и принципы построения печатной рекламы (мировой и российский опыт).
7. Зарубежный и отечественный опыт PR печатных СМИ.
8. Обеспечение конкурентной способности печатных СМИ (на примере конкретного издания).
10. Электронная газета: миссия, проблемы и перспективы.
11. Экономическое расследование: жанровые особенности, специфика.
1. Российский средний класс как объект исследования журналистики.
2. Портрет «новых русских» в российской журналистике.
3. Проблема фермерства в экономических изданиях.
4. Теневая экономика в фокусе СМИ.
5. Проблема расслоения российского общества в изображении СМИ
6. Новые типологические формы экономической журналистики.
7. Формирование типа современного делового издания. Его особенности и основные признаки.
8. Экономические приложения в массовых печатных изданиях.
9. Деловое Интернет-издание как направление кибержурналистики.
10. «Новости экономики» в электронных изданиях и прессе: специфика отбора и подачи.
11. Деловая газета как тип издания.
12. Аналитика в экономических изданиях.
13. Особенности работы экономического обозревателя.
14. Интервью-портрет как жанр делового издания.
15. Графическое оформление деловых изданий.
16. Экономическая вкладка в газете.

17. Деловая пресса Татарстана.
18. Аудитория российских деловых изданий.
19. Деловые издания: информационный менеджмент массовой коммуникации.

Правовые аспекты деятельности СМК

1. Предмет и методы права СМИ.
2. История развития права СМИ в России и за рубежом.
 1. Правовое регулирование информации. Понятие, виды.
 2. Понятие конфиденциальной информации, ее виды.
 3. Система законодательства о СМИ.
 4. Свобода массовой информации как правовая категория.
 5. Средства массовой информации и средства массовых коммуникаций. Соотношение и правовое регулирование.
 6. СМИ как объект права.
 7. Правовое регулирование деятельности печатных СМИ.
 8. Правовое регулирование телерадиовещания. Лицензирование в сфере телерадиовещания.
 9. Правовое регулирование экономических отношений в сфере массовых коммуникаций
 10. Правовой статус журналиста.
 11. Право журналиста на доступ к информации: о работе государственных органов, в судебное заседание, материалам судебных дел, архивам и т. д.
 12. Защита прав журналистов.
 13. Проблемы интеллектуальной собственности в деятельности СМИ.
 14. Правовые основы участия СМИ в избирательном процессе.
 15. Честь, достоинство и деловая репутация как объект посягательств в СМИ.
 16. Злоупотребление свободой массовой информации: понятия и виды.
 17. Ответственность в сфере СМИ.
 18. Право и Интернет.
 19. Регистрация СМИ.
 20. Законодательство о рекламе. Понятие и виды рекламы. Требования к рекламе.

21. Содержание рекламных материалов и ответственность сторон договора. Рекламные договоры. Участники рекламного рынка.
22. Международное информационное право.
23. Система государственных органов в области СМИ.
24. Практика Европейского Суда по правам человека в области защиты свободы слова.
25. Юридическая безопасность СМИ.

Массовая коммуникация и политика

1. СМК как канал политической коммуникации.
2. СМК как канал электоральной коммуникации.
3. СМК как инструмент преобразования социально-политической действительности.
4. Ценностные ориентиры СМК во время избирательной кампании.
5. Функционирование СМК в политическом процессе.
6. СМК как инструмент политического процесса.
7. Информационная политика СМК во время избирательной кампании.
8. Трансформация роли СМК в процессе изменения политического режима.
9. СМК как создатель и транслятор политических мифов.
10. СМК в системе государственной политики.
11. Влияние политического режима на формирование медийной модели региона.
12. Технологии манипулирования общественным сознанием в СМК во время избирательной кампании.

Освещение актуальных проблем современности в журналистике

1. Наука и журналистика: сходство и различие.
2. Смена научной парадигмы и журналистика.
3. Фундаментальные достижения естественных наук в XX и XXI веках и журналистика.
4. Великие открытия современной физики (А. Эйнштейн, Н. Бор, Э. Резерфорд) и их освещение в прессе.
5. Современные концепции информации. Атрибутивисты и функционалисты.

6. Идеи О. Тоффлера о развитии цивилизации и роли в ней средств массовой информации. Проявление идей в современной медийной практике.
7. М. Кастельс об информационной цивилизации.
8. Глобальные сетевые системы и СМИ.
9. Наука в федеральных СМИ: общая характеристика (исследовать не менее семи наименований печатных изданий).
10. Проблемы науки на страницах печатных изданий Республики Татарстан в 1990-х и 2000-х годах.
11. Проблемы науки на страницах печатных изданий Татарстана в 1960 – 80 гг. (период на выбор студента).
12. Анализ одного из приложений о науке в «Известиях», «Московской правде», «Российской газете», «Независимой газете», журнале «Огонек» и других изданиях.
13. Типологический анализ газет «Поиск» и «Вузовские вести» (можно в сравнении или по отдельности).
14. Освещение проблемы энергосбережения в федеральных СМИ.
15. Освещение в прессе проблем клонирования.
16. Актуальные проблемы науки по материалам «повестки дня» федеральных, зарубежных и местных СМИ (на выбор студентов).
17. Ненаучные данные в СМИ: проблема интерпретации и маскировка их под результаты научных открытий (издания и хронологический период на выбор студентов).
18. Научная рубрика в одном или нескольких печатных изданиях (по выбору студентов)
19. Проблемы информационного общества сквозь призму СМИ.
20. Идея пассионарности Л. Гумилева и журналистика.
21. Популяризация науки в системе журналистских специализаций (по материалам СМИ).
22. Освещение в прессе проблемы экологической безопасности.
23. Современное состояние популяризации науки в федеральных и/или республиканских СМИ.
24. СМИ о значении Нобелевской премии в развитии науки.
25. Научная журналистика и ее типы.
26. Научные журналы как тип издания.
27. Научное творчество как предмет журналистских публикаций.
28. Жанры научной журналистики.
29. Источники информации для научного журналиста.
30. Интернет как база данных для научного журналиста.

31. Профессиональная модель научного журналиста.
32. Медицинская пресса сегодня.
33. Наука и ученые на экране ТВ.
34. Научные популяризаторы: журналисты или ученые?
35. Ученый и журналист в печати.
36. Современные научно-популярные издания.
37. История популяризации науки в России (по материалам СМИ).
38. Освещение в прессе проблемы экологической безопасности.
39. Научно-популярное СМИ как тип издания (на примере 2-3 журналов на выбор студентов).
40. Роль Казанского университета в распространении научных знаний.
41. Исследование блогов, которые ведут ученые (на выбор студентов).
42. Актуализм и фундаментализм в практике подачи научной информации российскими и зарубежными СМИ (источники, период и темы на выбор студентов).

Новостная журналистика

1. Своеобразие одного или нескольких информационных жанров журналистики: заметки, репортажа, интервью, отчета и информационной корреспонденции (по материалам периодической печати разных лет).
2. Трансформация жанровых характеристик информационных жанров журналистики (по материалам печатных изданий разных лет).
3. Место информационных жанров в системе жанров журналистики.
4. Информационные жанры на страницах периодических изданий разного уровня (на выбор студента).
5. Тематическое разнообразие и способы формирования «повестки дня» в определенном печатном СМИ (на выбор студента).
6. «Повестка дня» в печатных изданиях разной формы собственности: сравнительная характеристика.
7. Виды заголовков и лидов на страницах современной периодической печати разной географии распространения (на выбор студента).

8. Лексико-стилистические особенности информационной рубрики в периодических изданиях (на выбор студента): сравнительная характеристика.

9. Анализ творческого стиля одного или нескольких авторов, работающих в информационных жанрах журналистики (на выбор студента).

10. Исследование новостей в изданиях различного типа: деловых, общественно-политических, тематических, корпоративных, «желтых» (можно в отдельности, можно в сравнении).

11. Принципы отбора информации и формирования «повестки дня» различными печатными СМИ (период исследования и наименование изданий – на выбор студента).

12. Анализ специфики информационного сопровождения конкретного мероприятия (на выбор студента).

13. Информационные жанры на страницах газет и журналов в отдельности.

14. Способы манипулирования общественным сознанием, применяемые редакциями различных изданий в информационных рубриках. Возможно сравнение с практикой зарубежных СМИ.

15. Научные подходы российских и зарубежных ученых к определению жанровых характеристик информационных жанров журналистики (по материалам научной литературы).

16. Характеристики одного или нескольких информационных жанров журналистики в практике зарубежных печатных изданий.

17. Способы приведения внимания аудитории в информационных рубриках как российских, так и зарубежных печатных СМИ. Исследования отдельных изданий либо сравнительная характеристика.

18. Виды заголовков публикаций в зарубежных изданиях.

19. «Повестка дня» в федеральных негосударственных и зарубежных печатных СМИ: сравнительная характеристика.

20. Применение средств художественной выразительности в информационных жанрах (источники на выбор студента).

Медийная критика

1. Медийная критика как форма регулирования профессионального журналистского сообщества.

2. Медиакритика в Великобритании.

3. Медиакритика в Скандинавских странах.

4. Медиакритика во Франции.
5. Отечественная телевизионная критика: становление.
6. Владимир Саппак – телекритик.
7. Специфика советской телевизионной критики.
8. Пресса о самой себе (на материалах печати 1960, 1970, 1980-х гг.).
9. Александр Аронов – телевизионный критик «Московского комсомольца».
10. Анри Вартанов – телевизионный критик.
11. Медийная критика на страницах всесоюзных изданий в 1985-1990-х гг. (на выбор студента).
12. Медийная критика – предмет научного осмысления в России (обзор источников и литературы).
13. Становление медийных рубрик в федеральных газетах 1990-х годов.
14. Жанры медиакритики в современных федеральных газетах (на примере трех изданий).
15. Телевизионная критика на страницах федеральных газет 1990-х годов (на примере трех изданий).
16. Медийная критика на страницах профессиональных журналов в 1995-2005 гг.
17. Ольга Кучкина – телевизионный критик «Комсомольской правды» (1993–94 гг.).
18. Ирина Петровская – телевизионный критик «Известий».
19. Рубрика «Mass-media» в «Московских новостях» (вторая половина 1990-х гг.).
20. Специфика медийной критики в «Литературной газете» (1990 – 2005 гг.).
21. Специфика медийной критики в современных государственных федеральных газетах.
22. Специфика медийной критики в современных негосударственных федеральных газетах.
23. Специфика телевизионной критики в изданиях Республики Татарстан в начале 2000-х годов.
24. Медийные рубрики в печатных СМИ Республики Татарстан в начале XXI-го века.
25. Телевидение на страницах современной «Комсомольской правды»: общая характеристика.
26. Функции медийной критики.

27. Жанровое разнообразие современной медийной критики в федеральных изданиях (на примере трех изданий по выбору студента).

28. Коммерческо-промоцийная функция как доминирующая функция современной отечественной медийной критики.

29. Специфика медийной критики в Интернете.

30. Печать в зеркале критики специализированных интернет-ресурсов.

31. Деятельность печатной прессы сквозь призму медийных рубрик современных федеральных изданий (на примере трех изданий по выбору студента).

32. Телевидение в передачах радио.

33. Материалы о телевидении на страницах газет Республики Татарстан (на выбор студента).

34. Становление телевизионной критики на страницах газет РТ в 1985–2005 гг. (по периодам, издания на выбор студента).

35. Рубрики, посвященные телевидению, на страницах газет РТ в 1990-е годы.

36. Телевизионная критика в «Независимой газете».

37. Качество творческого почерка Ю. Богомолова в «Московских новостях» (1990-е годы).

38. Качество творческого почерка Ю. Богомолова в «Известиях» (1999–2002 гг.).

39. Качество творческого почерка телевизионного обозревателя в печатных СМИ РТ (на выбор студента).

40. Качество творческого почерка телевизионного критика в интернет-ресурсе.

41. Качество творческого почерка Льва Жаржевского в «Казанском времени» и «Московском комсомольце» в Татарстане».

42. Медийная критика – современная форма регулирования журналистского сообщества или внеэтический аудит?

Концепции идентичности в средствах массовой коммуникации

1. Визуальная культура в дискурсе массовых коммуникаций.

2. Устная культура в дискурсе массовых коммуникаций.

3. Человек в медиа-дискурсе: «способы» конструирования.

4. Цветовая политика в дискурсе массовых коммуникаций.

5. Массовая журналистика: образ аудитории (по материалам федерального телевидения) (по материалам региональной прессы) и т.п.
6. «Элита» и «масса» в современном медиа-дискурсе.
7. Образы власти и гражданского общества в массовой журналистике.
8. Образ бизнеса в средствах массовой коммуникации.
9. Цивилизационные идентичности в текстах массовой коммуникации.
10. «Герой нашего времени» на страницах газет.
11. Герои массового кинематографа. На примере одного или нескольких кинофильмов американского (иного зарубежного) или российского производства.
12. Поколенческие идентичности в текстах массовой коммуникации.
13. «Старики» в современном медиа-дискурсе.
14. «Отцы» и «дети» на страницах региональной (русской) прессы.
15. Этнические, национальные (цивилизационные) идентичности в российском медиа-дискурсе.
16. «Татары» и «русские» в региональной (татароязычной) прессе.
17. «Русский проект» в медиа-дискурсе.
18. Детская журналистика и ее персонажи.
19. Образ ислама в российской прессе.
20. Персонажи молодежной журналистики.
21. Подростковая пресса: стратегии идентификации с аудиторией.
22. Гендерные идентичности в глянцевого периодике.
23. Образ женщины в телевизионной рекламе.
24. Образ мужчины в телевизионной рекламе.
25. Образ «стервы» в массовой литературе.
26. Персонажи реалити-шоу.
27. Человек-победитель в современном медиа-дискурсе.
28. Персонажи криминальной хроники.
29. Средства массовой информации о «победителях» и «аутсайдерах».
30. Код иронии в концепциях идентичности на телевизионном экране.

Новые компьютерные технологии в СМИ

1. Деловые порталы западного типа в республике с восточным менталитетом.
2. Музыкальная критика в ЖЖ.
3. Особенности характера подачи новостей в Интернет-изданиях.
4. Web 2.0 как дизайн современного медианосителя в Интернете.
5. Эволюция Web'а как информационного медиатора.
6. Модель продвижения медийного продукта в блогосфере.
7. Возможности применения постановочной фотографии в качестве иллюстрации в сетевых изданиях.
8. Информационная модель современного портала.
9. Технологии продвижения делового медианосителя в Интернет.
10. Web-дизайн региональных СМИ.
11. Концепция "глянцевого сайта" как медиапроекта.
12. Реклама в сети как информация.
13. Особенности развития сетевых СМИ г. Тольятти.
14. Деловая журналистика в Интернете: типологические особенности региональных деловых СМИ.
15. Информационная война как средство продвижения проекта.
16. Веблоги как прогрессивное явление журналистики в Интернете.
17. Позиционирование медианосителя в Интернете.
18. Плагиат в интернет–СМИ: правовой аспект.
19. Интернет-пресса в Татарстане: опыт организации нового СМИ.
20. Информационные войны. Война флеймов на форумах российского Интернета.
21. Веблог как новая форма взаимодействия автора и аудитории.
22. Правовое регулирование сайтов в Интернете.
23. Деловая информация в Интернете.
24. Творческий журналистский процесс в Интернет – изданиях.
25. Создание и продвижение е-версии СМИ.
26. Вывод региональной газеты в Интернет.
27. Преднамеренный информационный шум в СМИ: понятие, цели, методы.
28. Общественное мнение как явление в блогосфере.
29. Плагиат в Интернет-СМИ: правовой и этический аспект.

30. Оптимальная модель регулирования «Интернет-СМК» РФ и США.

31. Творческий журналистский процесс в условиях организации нового проекта.

32. Телевизионное вещание в Интернет: перспективы развития.

33. Музыкальная критика как вектор специализации Интернет-ресурса.

34. Фоторепортаж как жанр Интернет журналистики.

35. Мобильная газета как разновидность электронных СМИ.

Тележурналистика *Жанры информационной публицистики*

1. Особенности современного телевизионного репортажа.

2. Роль и место проблемного репортажа (специального репортажа) в информационной программе.

3. Разновидности заметки в телевизионной хронике.

4. Телевизионное интервью в выпусках информационных программ.

5. Информационная деятельность телевизионного журналиста.

6. Особенности проведения блиц-опроса: социологические, психологические, коммуникационные аспекты деятельности журналиста.

7. Политическая информация в программах «Вести» и «Сегодня».

8. Спорт в информационных выпусках ТВ.

9. Особенности информационных программ на региональном ТВ.

10. Влияние федеральных новостей на региональные информационные выпуски.

Жанры аналитической публицистики

1. Место и роль аналитической публицистики на современном телевидении.

2. Телевизионное обозрение и его разновидности на телевидении.

3. Беседа и ее разновидности в современной телевизионной практике.

4. Ток-шоу как разновидность беседы на федеральном и региональном телевидении.

5. Особенности телевизионной корреспонденции.

6. Рецензия как основная форма анализа и оценки произведений искусств на ТВ.

7. Специфика комментария как жанра и метода предоставления телевизионной информации.

8. Аналитические спортивные программы на ТВ.

Жанры художественной публицистики

1. Специфика сатирических жанров на телевидение.

2. Язык и стиль телевизионного очерка.

3. Особенности современного портретного очерка на телевидении.

4. Очерк, его место и роль в телевизионном вещании.

5. Региональная художественная публицистика.

6. Игровые передачи российского телеканала (по выбору).

Телевизионное интервью

1. Мастерство телевизионного интервьюера.

2. Интервью: жанр и метод на современном телевидении.

3. Диалоговые формы коммуникации в повседневной практике на ТВ.

4. Стилистика ТВ интервью.

5. Интервью-портрет на ТВ.

6. Интервью как метод сбора и предоставления информации на ТВ.

Личность тележурналиста

1. Собственный корреспондент информационного ТВ (творческий портрет – на выбор автора).

2. Творческий портрет тележурналиста (по выбору).

3. Творческий портрет телерепортера (по выбору).

4. Коллективный портрет телерепортера информационной программы (по выбору).

5. Особенности работы зарубежных корреспондентов в информационной программе.

6. Ведущий информационно-аналитической программы (по выбору).

7. Принципы и методы работы тележурналиста в кадре.
8. Формирование имиджа телеведущего.

«Паблик рилейшнз»

1. Способы и средства современного PR-движения.
2. Теория и практика PR в контексте СМИ Республики Татарстан.
3. Работа PR-специалиста в современном информационном потоке: управление репутацией.
4. PR технологии третьего тысячелетия: опыт и перспективы развития.
5. Взаимодействие власти, бизнеса, общества через систему коммуникаций.
6. Связи с общественностью и СМИ: проблемы социальной ответственности.
7. Функционирование рекламы как знаковой системы.
8. Сила воздействия слова в системе политических технологий.
9. Приемы рекламы и PR на FM радио.
10. Оценка эффективности рекламных текстов: психологический аспект.
11. Бегущая строка как вид рекламного текста.
12. Роль имиджа в политической рекламе.
13. Семантические компоненты рекламного текста.
14. Основы искусства речи политика/публичного деятеля.
15. Особенности манипулятивных технологий в сфере PR.
16. Методы и приемы PR: воздействие на массовую аудиторию.
17. Формирование имиджа FM-станций.
18. Реклама в процессе управления обществом.
19. Невербальная коммуникация как фактор формирования имиджа.
20. Рекламный текст: исторический аспект.
21. Воздействие рекламы на сознание потребителя.
22. Отбор и оценка эффективности использования средств коммуникации для различных PR мероприятий и программ.
23. Стратегия и тактика взаимоотношений местных, региональных и федеральных СМИ.
24. Характеристика и специфика журналистов как ключевой аудитории PR.

25. Лидеры общественного мнения и группы интересов в практике использования СМК.
26. Особенности взаимоотношений PR со СМИ.
27. Корпоративные PR: управление репутацией.
28. Управление кризисными и проблемными ситуациями: технологии PR.
29. Основные элементы формирования фирменного стиля в PR.
30. Технологии и приемы PR и паблисити в СМК.
31. Материалы Масс-медиа в структуре PR.
32. Фотография как выразительный прием паблик рилейшнз.
33. Политическая пропаганда и PR в системе политических коммуникаций.
34. Сравнительный анализ рекламных текстов на телевидении и в газете.
35. Рекламный текст как средство коммуникации.
36. Комическое в рекламе и PR.
37. Психологический феномен рекламной деятельности.
38. Секреты эффективной коммуникации.
39. Семантическая специфика рекламного текста.
40. Рекламный текст: грамматическая характеристика слогана (психолингвистический аспект).
41. Сущность и функции межличностной коммуникации.
42. Тексты политических лидеров: методы анализа.
43. Эффективность коммуникации: обратная связь.
44. Коммуникация в кризисных и конфликтных ситуациях.

СОДЕРЖАНИЕ

Общие положения.	4
Общие требования, предъявляемые к курсовым работам.....	7
Методология создания курсовой работы.....	12
Оформление курсовой работы.....	13
Процедура защиты курсовой работы.....	19
Критерии оценки курсовой работы.....	20
Литература.....	26
Приложения.	
Приложение 1.Образец титульного листа.....	27
Приложение 2. Отзыв и рецензия на курсовую работу по специальности	28
Приложение 3. Примерный список тем по направлениям и специализациям.....	30

Корректурa *Ю.В. Федотова*
Компьютерная верстка *Р.З. Бухминой*
Дизайн обложки *А. И. Галимуллиной*

Подписано в печать 20.05.09
Бумага офсетная. Печать ризографическая
Тираж 150 экз.

Казанский государственный университет

Отпечатано в типографии Издательства
Казанского государственного университета